



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Selebriti

King (2014) menjelaskan bahwa segala jenis *performers* seperti bintang olahraga, penyanyi, aktor, dan politikus termasuk ke dalam golongan selebriti (hlm.9). Menurut Boorstin, selebriti adalah dalam bentuknya sebagai sesuatu yang sementara dan dikenal hanya oleh karena kepopulerannya (seperti yang dikutip oleh Rockwell, 2017, hlm.180). Hal ini kontras dengan seseorang yang ikhlas atau murni dalam perbuatannya seperti seorang pahlawan. Dalam bahasa Inggris, “star” adalah profesi yang menggabungkan kemampuan dengan karakter. Kedua hal tersebut adalah sesuatu yang akan menarik penonton. Dalam kehidupan selebriti, penonton juga tertarik dengan kehidupan mereka sehingga munculah kesempatan dalam pemasaran yang dijual oleh selebriti itu sendiri dengan adanya *paparazzi* (King, 2014, hlm. 14). Seorang selebriti harus dapat berakting, untuk memperlihatkan karakter yang menarik penonton, oleh karena itu mereka tidak memperlihatkan dirinya 100%. Hal ini membentuk seorang selebriti memiliki 3 sisi, yaitu sebagai *private person* dimana dia 100% dirinya, manusia fiktif dimana selebriti hanya berperan sebagai tokoh yang memiliki persona, dan sisi yang ada di antara kedua sisi tersebut (King, 2014, hlm.8).

Dalam dunia selebriti, beliau menjelaskan saat seorang selebriti memperlihatkan sedikit ketidakmampuan maka akan selalu ada orang lain yang akan mengambil tempatnya. Publik akan membentuk persona lain yang akan

memberikan hal yang mereka inginkan (King, 2014, hlm.7). Oleh karena itu setiap selebriti harus bertarung dalam mendapatkan *spotlight* (Loy, Rickwood & Bennett, 2018, hlm.5). Hal yang menentukan menang dan kalah dalam dunia ini ditentukan berdasarkan kemampuan pemasaran atau demonstrasi bagaimana selebriti mengekspresikan dirinya. Selebriti juga semakin luas dalam mendapatkan pekerjaan dalam berbagai bidang, perluasan bidang yang dapat diambil menimbulkan pergeseran kepentingan dimana awalnya merupakan kemampuan dalam kinerja menjadi seberapa besar komitmen dalam memberikan penglihatan terhadap persona yang dimiliki. Dimana sekarang *personal brand* sebagai sebuah persona menjadi lebih penting dibandingkan kemampuan.

Menurut Rockwell, dari hasil wawancara yang dilakukan, beliau menjelaskan dimana dalam kehidupan seorang selebriti, hal yang mereka rasakan adalah cinta dan benci. Dimana pada awalnya ego mereka akan terdorong dengan kepopuleran mereka yang bertambah. Selebriti akan menikmati kegaguman yang diberikan oleh orang lain terhadapnya, walau terkadang mereka merasa benci akan hal tersebut. Dalam hal ini selebriti mudah sekali untuk berpikir bahwa mereka adalah orang yang paling terbaik dimana semuanya patut menjadi penjiilat (Rockwell, 2017, hlm.189). Selebriti juga akan merasa sulit untuk lepas dari kepopulerannya. Mereka merasa tidak bisa hidup tanpa kepopuleran tersebut. Lalu ada tahap dimana mereka mulai menerima kehidupannya sebagai selebriti dan menerima fakta bahwa mereka populer (hlm.184). Selebriti dalam kehidupannya dan ketenarannya, menjadi tidak mudah percaya dengan orang sekitarnya. Rockwell menjelaskan dimana selebriti menjadi tidak yakin mengapa orang

sekitarnya berperilaku baik, apakah karena dirinya atau karena kepopulerannya (hlm.187).

Setiap manusia sebagai suatu material yang memiliki nilai, dapat berfungsi sebagai produk. Hal ini juga diterapkan pada selebriti, nilai seorang selebriti ditentukan dari seberapa populernya selebriti tersebut (King, 2010, hlm.13). Nilai tersebut dapat dihubungkan dengan uang dimana nilai seorang selebriti dapat dilihat dari seberapa besar bayaran yang ia dapatkan. Kekayaan merupakan produk yang dihaliskan dari kepopuleran, tanda seorang selebriti yang memiliki kekuatan (Rockwell, 2009, hlm.191). Uang dilihat sebagai alat untuk menilai *worth* dari etnis, *sexual orientation*, *class*, dan gender seseorang karena dengan uang, seseorang dapat mengendalikan takdir dan status dalam masyarakat (King, 2010, hlm.17).

2.2 Animasi

Menurut Williams menggambar adalah sebuah aktivitas yang sudah ada sejak 35,000 tahun yang lalu dengan adanya gambar hewan di dinding gua. Pada tahun sekitar 1600 *egyptian* mengembangkan gambar tersebut pada permukaan objek seperti guci atau dinding berdasarkan sebuah gerakan. Mereka membuat setiap gambar di kolom selanjutnya melanjutkan gerakan yang dilakukan oleh gambar sebelumnya, membuat gambar tersebut seperti bergerak. Dunia animasi semakin berkembang pada tahun 1824 dengan adanya prinsip '*the persistence of vision*' yang dikemukakan oleh Roget. Beliau mengatakan bahwa "Mata manusia menahan gambar apapun yang dilihatnya selama beberapa saat, menimbulkan

sebuah ilusi seakan gambar yang dilihat tidak putus dari gambar selanjutnya dan memberi ilusi bahwa gambar tersebut bergerak” (Williams, 2001, hlm. 13). Prinsip tersebut mendorong munculnya penemuan-penemuan media untuk membuat sebuah animasi seperti *thaumatrope*, *phenakistoscope*, *wheel of life*, *praxinoscope*, dan *flipper book* yang merupakan media yang masih digunakan untuk membuat animasi sederhana secara manual.

Dengan animasi yang diterima dengan baik oleh masyarakat dunia, hal ini mendorong animasi berkembang menjadi sebuah bentuk seni dan mulai berkembang sebagai sebuah industri, salah satunya Disney. Disney memperkenalkan Mickey Mouse pada tahun 1928 dengan animasi berjudul “Steamboat Willie” yang merupakan kartun pertama yang memiliki suara yang sinkron dengan animasi. Selain itu Disney juga memiliki animasi lain seperti “The Skeleton Dance”, “Flowers and Trees”, dan “Three Little Pigs”. Disney setelah itu juga merilis animasi *feature-length* pertama kali di dunia, yaitu “Snow White and the Seven Dwarfs”. Teknik-teknik dan konten animasi juga mulai berkembang setelah perang dunia kedua dengan munculnya televisi seperti studio UPA di Hollywood yang memiliki *style* berbeda dengan animasi Disney yang lebih realistik (Williams, 2001, hlm. 20).

Industri animasi hingga sekarang terus berkembang dengan didukungnya dunia teknologi yang juga berkembang memunculkan animasi digital. Dengan adanya digital animasi, industri animasi terus berkembang terutama dengan dorongan dari industri *game*. Animasi klasik dan animasi digital tidak dapat dibandingkan karena keduanya memiliki keuntungan dan kelemahannya masing-

masing. Emery Hawkins mengatakan, “Limitasi dalam animasi hanyalah orang dibalik animasi tersebut. Selain itu tidak ada limitasi terhadap apa yang bisa kamu lakukan. Dan kenapa kamu tidak melakukannya?” (seperti yang dikutip dalam Williams, 2001, hlm. 20).

2.3 Tokoh

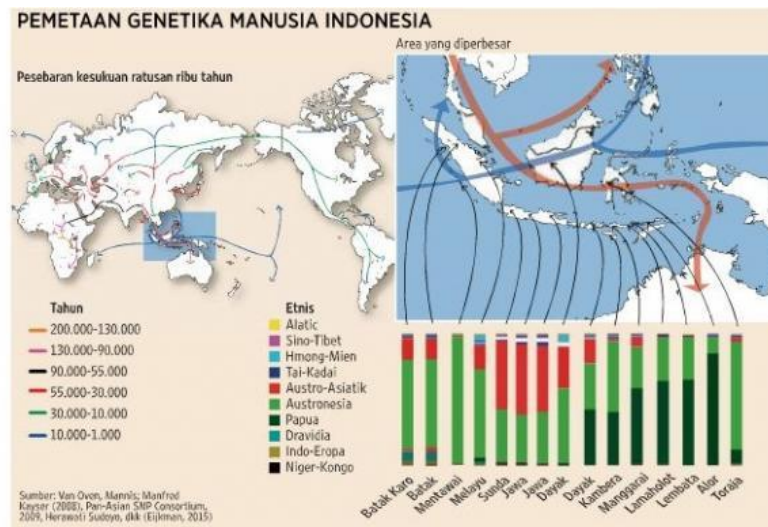
Dalam sebuah cerita terdapat berbagai macam elemen yang penting untuk membangun sebuah cerita yang baik. Menurut Marshall (2007) tokoh yang baik akan menciptakan cerita yang baik, karena itu penting untuk membuat tokoh menarik bagi penonton. Judy Blume mengatakan jika penulis tidak peduli dengan tokohnya, pembaca juga tidak akan peduli dengan tokoh tersebut (seperti yang dikutip dalam Weiland, 2006, hlm.15). Jika memiliki cerita dengan konflik yang menarik, tanpa tokoh yang disegani penonton tidak akan menghabiskan waktunya untuk menonton hingga selesai. Oleh karena itu penting untuk membuat tokoh yang baik dalam membangun sebuah cerita.

McCloud (2006) mengatakan sebuah tokoh harus memiliki tiga komponen penting yaitu *inner life*, *visual distinction*, dan sifat-sifat ekspresif. Setiap tokoh harus dapat dibedakan dengan adanya mental, visual dan gestur yang hanya dimiliki oleh tokoh tersebut. Perlu juga adanya elemen yang membedakan antar tokoh, dengan begitu tokoh akan terasa lebih hidup dan unik secara individual. Beliau juga mengatakan bahwa membangun karakter adalah hal yang penting dalam desain tokoh. Karakter akan menunjukkan posisi tokoh tersebut dalam sebuah cerita dan membuat penonton memahami peran tokoh tersebut.

Tokoh yang baik dapat menyampaikan karakter yang dimilikinya tersebut hanya lewat visual. Desain tokoh yang baik memiliki visual yang dapat terbaca seperti novel, dari bentuk penggambarannya sendiri penonton dengan mudah memahami tokoh tersebut (Marshall, 2007, hlm.3). Tokoh yang memiliki badan besar dan berbentuk kotak, memakai sarung tangan kulit dan terlihat kotor dapat menggambarkan seseorang yang memiliki pekerjaan kasar dan terlihat kuat. Semakin spesifik karakter sebuah tokoh maka akan semakin detail penggambaran tokoh. Visual tokoh yang tidak menggambarkan karakternya akan terlihat kaku, *plain*, dan tidak menarik (Bancroft, 2006, hlm.13).

2.4 Etnis Jawa

Menurut Danver (2015) Indonesia memiliki etnis yang beragam. Indonesia memiliki banyak pulau seperti Borneo, Jawa, Sunda, Maluku, Papua, Sulawesi, Sumatra, dan NTT. Sebagai negara yang memiliki populasi terbanyak keempat, etnis terbanyak yang ada di negara ini adalah etnis Jawa sebesar 42% yang terfokus di pulau Jawa. Selain itu terdapat etnis Sunda 32%, Malay 9%, dan selebihnya adalah percampuran etnis lain. Berdasarkan pemetaan genetika Indonesia tahun 2015 oleh Kompas, manusia Austronesia adalah kelompok yang melewati Jawa terbanyak sehingga ada kemungkinan besar bahwa banyak manusia Austronesia yang menetap di Jawa. Manusia Austronesia sendiri memiliki ciri-ciri seperti berkulit gelap dan rambut sedikit keriting.



Gambar 2.1 Pemetaan Genetika Manusia Indonesia

(<http://assets.kompas.com>)

2.5 Gaya Gambar

Animasi memiliki berbagai *style* yang digunakan. Dalam animasi 2D, animator dijauhkan dari dunia nyata dan dapat menuangkan sisi kreatif mereka secara bebas. Hal ini membuat mayoritas dari animator lebih memilih menggambar *non-realist* dengan *style* yang dimiliki secara individu. Setiap *style* yang diterapkan kepada sebuah tokoh memiliki alasan dan tujuan yang berhubungan dengan cerita yang ingin disampaikan. Menurut Bancroft (2006) terdapat enam jenis utama tokoh desain yang digunakan untuk membuat suatu animasi, yaitu:

1. Iconic

Gambar yang menggunakan *style iconic* terlihat sangat simpel dan bentuk dasar tokoh terlihat jelas. Fitur wajah juga terlihat sederhana dengan bentuknya yang lebih simple seperti mata hanya sebuah titik atau bentuk

anggota tubuh disederhanakan. *Curve* pada tubuh juga sederhana dengan lebih banyak memakai *line* yang lurus dan *curve* yang tidak terlalu *extreme*. Dengan fitur yang simpel tokoh yang memakai *style iconic* memiliki ekspresi wajah yang terbatas. Contoh tokoh yang menggunakan *style* ini adalah Hello Kitty, Micky Mouse, dan Anpanman.



Gambar 2.2 *Style Iconic*

(Creating Characters with Personality: For Film, TV, Animation, Video Games, and Graphic Novels, 2007)

2. *Simple*

Style simple banyak digunakan dalam animasi televisi atau untuk sebuah website. *Style* ini dapat dikatakan sangat *stylized* dan simpel namun lebih kompleks ketimbang *style iconic*. Tokoh yang memakai *style* ini memiliki ekspresi wajah yang lebih luas ketimbang *style iconic* walau pembentukan fitur wajah masih sederhana. Contoh tokoh yang menggunakan *style simple* adalah “Hey Arnold”, “The Simpsons”, dan Maruko Chan.



Gambar 2.3 *Style Simple*

(Creating Characters with Personality: For Film, TV, Animation, Video Games, and Graphic Novels, 2007)

3. *Broad*

Tokoh dengan *style broad* biasa memiliki tujuan untuk menyampaikan humor. *Style* ini memiliki fitur wajah seperti mata dan mulut yang besar. Hal ini digunakan untuk membuat ekspresi tokoh lebih jelas dan mempermudah dalam menyampaikan komedi. Berbeda dengan *style iconic* dan *simpel*, tokoh *broad* memiliki *curve* yang lebih jelas dan dengan bentuk badan yang lebih kompleks. Contoh tokoh yang menggunakan *style* ini adalah “Tom & Jerry”, “Looney Tunes”, dan “Road Runner.”



Gambar 2.4 *Style Broad*

(Creating Characters with Personality: For Film, TV, Animation, Video Games, and Graphic Novels, 2007)

4. *Comedy Relief*

Style ini biasa digunakan untuk membuat tokoh *sidekick*. Tokoh yang menggunakan *style* ini memiliki tujuan yang sama dengan tokoh *broad* namun memiliki fitur wajah yang tidak sebesar *broad*. Hal ini bertujuan untuk membentuk sebuah tokoh yang dapat menyampaikan humor namun juga dapat masuk ke dalam situasi serius. Contoh tokoh *comedy relief* adalah Kronk, Kristoff, dan Nemo.



Gambar 2.5 *Style Comedy Relief*

(Creating Characters with Personality: For Film, TV, Animation, Video Games, and Graphic Novels, 2007)

5. *Lead Character*

Seperti sebutannya, tokoh yang menggunakan *style* ini biasanya merupakan tokoh utama dalam sebuah animasi. Sebagai tokoh utama, tokoh harus dapat terhubung dengan penonton. Oleh karena itu, agar penonton dapat *relate* dengan tokoh salah satu caranya adalah membuat tokoh terlihat lebih realistis dengan fitur wajah dan organ tubuh yang lebih realistik. Dengan fitur wajah yang lebih detail, tokoh akan lebih mudah memperlihatkan sebuah ekspresi. Contoh tokoh yang menggunakan *style* ini adalah Cinderella, Snow White, dan Aurora.



Gambar 2.6 *Style Lead Character*

(Creating Characters with Personality: For Film, TV, Animation, Video Games, and Graphic
Novels, 2007)

6. Realistik

Tokoh yang menggunakan *style* terlihat realistik namun dalam fiturnya masih terdapat elemen karikatur. Tokoh yang memiliki *style* ini memiliki fitur yang detail dan *curve* yang sangat terlihat. Tokoh yang biasa

menggunakan *style* ini adalah tokoh yang berasal dari komik seperti Marvel atau DC. Contoh tokoh yang memiliki *style* realistik adalah para *princess* dalam animasi “Shrek” dan Alita.



Gambar 2.7 *Style* Realistik

(Creating Characters with Personality: For Film, TV, Animation, Video Games, and Graphic Novels, 2007)

2.6 *Three Dimensional Character*

Egri (dikutip dari Mulyana, 2015) berpendapat bahwa *3 dimensional* adalah suatu struktur fundamental yang harus dimiliki oleh sebuah tokoh. Tokoh yang memiliki karakter yang unik harus memiliki latar belakang yang dapat mendukung karakter tersebut. Dimensi-dimensi yang mendukung terbentuknya karakter adalah fisiologi, sosiologi, dan psikologi. Ketiga dimensi tersebut membentuk tingkah laku tokoh yang terdiri dari kebiasaan, sikap, dan karakteristik tokoh yang membedakan satu tokoh dengan tokoh lain. *3 dimensional character* juga dapat menentukan jalan pikiran seperti moral dan *value* yang dimiliki oleh sebuah tokoh dan hal ini akan mempengaruhi cerita (hlm. 9).

2.6.1 Fisiologi Tokoh

Mulyana (2015) menjelaskan lebih lanjut dimensi fisiologi merupakan penggambaran tokoh berdasarkan fisik. Hal ini memberlakukan pentingnya kesan pertama yang penonton rasakan pada sebuah tokoh dimana penampilan fisik dapat mempengaruhi cara pandang penonton terhadap tokoh tersebut. Selain mempengaruhi jalan pikiran penonton, secara fisik tokoh juga dapat mempengaruhi dimensi-dimensi lain. Aspek fisiologi tokoh dapat dilihat berdasarkan gender, umur, bentuk tubuh, warna tokoh, dan penampilan fisik tokoh berdasarkan standar yang dalam dunia tokoh. Berhubungan dengan pentingnya sebuah bentuk fisik tokoh, McCloud (2013, hlm. 103) berpendapat setiap pose dan gestur memiliki arti yang penting, oleh karena itu secara siluet, pose dan gestur tokoh harus terlihat jelas dimata penonton.

2.6.2 Sosiologi Tokoh

Dimensi sosial tokoh memberi efek yang besar dengan bagaimana sikap yang akan dimiliki oleh tokoh. Dimensi ini berhubungan dengan bagaimana kondisi dan situasi lingkungan yang tokoh tempati. Sosiologi tokoh dapat dianalisis berdasarkan bagaimana kehidupan sosial tokoh seperti pekerjaan, status sosial, hobi, tetangga yang dimiliki tokoh dan pendidikan (Mulyana, 2015). Egri (1942) menjelaskan dalam aspek ini animator harus mengerti akar dari karakter yang dimiliki tokoh. Dengan begitu, motivasi tokoh terhadap gol yang ingin dicapai akan lebih mudah dipahami.

2.6.3 Psikologi Tokoh

Egris (1942) berpendapat bahwa dimensi fisiologi dan sosiologi tokoh adalah elemen yang membentuk dimensi psikologi tokoh. Dari kedua dimensi itu membentuk bagaimana tokoh memiliki suatu ambisi atau frustrasi terhadap suatu hal. Dapat dikatakan bahwa dimensi psikologi adalah dimensi yang menjadi akhir dari 3 *dimensional character*. Dimensi psikologi merupakan bagaimana tingkah laku tokoh, emosi, pikiran, karakter, *complexes*, dan *extrovert*, *introvert*, atau *ambivert*.

2.7 Bentuk

Secara insting manusia memiliki pengertian secara universal mengenai sebuah bentuk melalui indra rasa. Sesuatu yang memiliki bentuk dasar lingkaran terlihat lebih aman dibandingkan dengan sesuatu yang memiliki sudut yang tajam (SolarSKI, 2012, hlm. 178). Oleh karena itu, bentuk juga menjadi sebuah elemen penting dalam membuat sebuah desain tokoh. Menurut Tillman (2011), bentuk dari sebuah tokoh dapat memberi gambaran mengenai karakter tokoh. Terdapat tiga bentuk dasar dalam membuat sebuah tokoh, yaitu lingkaran, kotak, dan segitiga. Setiap bentuk memiliki pengertian yang berbeda-beda dan setiap bentuk menggambarkan sifat dan sifat-sifat yang berbeda. Menurutnya pengertian yang dimiliki dalam setiap bentuk tersebut adalah sebagai berikut:

1. Lingkaran

Bentuk lingkaran yang tidak memiliki ujung yang tajam menggambarkan sesuatu yang positif. Sebuah lingkaran dapat mengartikan kesempurnaan,

keanggunan, *playfulness*, kenyamanan, kesatuan, perlindungan, dan kekanak-kanan. Sesuatu yang tidak berbahaya, ramah atau lucu. Lingkaran biasa digunakan dalam mendesain tokoh yang mudah disukai.

2. Kotak

Bentuk sebuah kotak memiliki bentuk yang stabil dengan garis horizontal dan vertikal. Dalam melihat sebuah kotak, yang terpikirkan adalah stabil, kepercayaan, kejujuran, perintah, *conformity*, keamanan, kesamarataan, maskulinitas, dan kokoh. Kotak biasa digunakan dalam mendesain karakter yang memiliki sifat heroik.

3. Segitiga

Segitiga sama dengan kotak memiliki ujung yang tajam, namun dalam insting segitiga secara visual terlihat lebih tajam dan berbahaya. Segitiga mewakili sifat-sifat seperti aksi, agresi, tenaga. *sneakiness*, konflik, dan tensi. Segitiga biasa digunakan dalam mendesain antagonis atau tokoh yang memiliki sifat yang jahat.

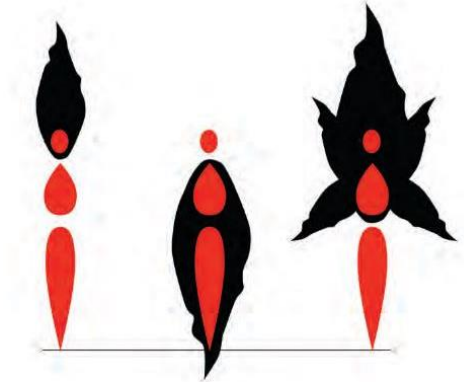
2.8 Proporsi Tubuh

Proporsi tubuh dibagi menjadi tiga bagian, yaitu kepala, badan dan kaki. Menurut Bancroft (2006), proporsi tubuh secara *realist* adalah kecil-sedang-besar. Dalam merancang sebuah tokoh desain terdapat faktor yang mempengaruhi *style* yang diambil seperti genre, tujuan cerita dan *style* yang dimiliki designer. *Style* yang dapat digunakan juga terpampang luas dari realistik hingga abstrak. Menggunakan proporsi yang realistik bukanlah hal yang tidak diperbolehkan, namun dengan

proporsi tubuh yang lebih bervariasi akan membuat desain sebuah tokoh lebih menarik dan unik (Bancroft, 2006, hlm.36).

Bancroft juga menjelaskan dimana usia menjadi salah satu faktor dalam menentukan proporsi tokoh atau lebih tepatnya tinggi tokoh. Beliau menjelaskan dalam merancang tokoh berdasarkan usia, hal ini dibagi menjadi 5, yaitu usia bayi, anak-anak, remaja, dewasa, dan usia tua. Tinggi bayi terbentuk dari 2 dan setengah kepala dimana ukuran kepala cenderung yang paling besar dari perbandingan kepala, badan, dan kaki. Sedangkan anak-anak memiliki tinggi tiga setengah kepala dengan kaki yang mendominasi tinggi tokoh. Remaja yang merupakan masa-masa pubertas membuat perancangannya ada di tengah-tengah antara bayi dan anak-anak, dengan dewasa dan usia tua. Tinggi remaja biasa dihitung lima kepala dengan lelaki sedikit melebihi tinggi tersebut dan biasa digambarkan memiliki badan yang sangat bervariasi. Dewasa memiliki tinggi sekitar enam kepala dan mata berukuran lebih kecil. Lalu untuk usia tua tidak diukur dari berapa kepala tinggi tokoh miliki namun dari postur tubuh yang biasa membungkuk atau *saggy* dan kerut wajah yang biasa dimiliki saat berusia tua.

Dalam pembentukan proporsi tubuh dapat juga dilakukan *thumbnail development* dimana membuat bentuk visual tokoh secara kasar menggunakan bentuk dasar (Solarski, 2012, hlm.198). Solarski (2012) mengatakan dalam menentukan visual tokoh secara abstrak saat menentukan visual kepala, badan, dan kaki perlu juga memikirkan *look* seperti apa yang diinginkan. Dengan menentukan *thumbnail look*, secara besar dapat terlihat bagaimana proporsi yang dipilih cocok dengan tokoh tersebut atau tidak.



Gambar 2.8 *Thumbnail Look*

(Drawing Basic and Video Game Art: Classic to Cutting-Edge Art Techniques for Winning Video Game Design, 2012)

Tidak semua variasi proporsi tubuh dapat diimplementasikan ke dalam setiap perancangan desain sebuah tokoh. Jika proporsi sebuah tokoh didorong terlalu jauh tokoh akan hancur secara visual (Bancroft, 2006, hlm. 37). Tokoh tidak akan terlihat dinamis tetapi terlihat aneh dan tidak seimbang. Oleh karena itu, perlunya mempertimbangkan relasi dari setiap bagian tubuh dan juga melihat sifat-sifat yang dimiliki oleh tokoh. Karakter sifat-sifat yang dimiliki tokoh dapat digambarkan secara visual lewat proporsi tokoh, seperti Red Queen dalam film “Alice in Wonderland” yang memiliki ukuran kepala yang lebih besar dibandingkan bagian tubuh lainnya dapat menggambarkan karakter Red Queen yang egois.

2.9 Emosi

Emosi adalah salah satu hal yang penting dalam mendorong emosi dalam penonton dan menghubungkan penonton dengan tokoh. McCloud menjelaskan cerita dapat dievaluasi berdasarkan kemampuan penulis dalam membuat penonton merasakan emosi yang ada dalam cerita dan dalam menciptakan emosi tersebut salah satu caranya adalah melalui emosi yang dirasakan oleh tokoh (2007, hlm. 81). Dalam hal ini emosi yang dirasakan tokoh harus jelas sehingga penonton dapat memahami emosi yang dirasakan oleh tokoh. Emosi dapat digambarkan melalui *exaggeration*, namun dapat juga digambarkan secara *subtle* dengan detail pada fitur wajah atau gestur tokoh. Menurut McCloud (2007, hlm. 94) dalam menggambar emosi, terdapat 4 style:

1. *Realism*

Style realism adalah style penggambaran emosi dengan menggunakan dunia nyata sebagai referensi. Ekspresi ini menggunakan *tone* yang realistik dan memiliki banyak detail.

2. *Simplification*

Berbeda dengan *style realism*, menyederhanakan penggambaran emosi dengan adanya *key line* dan bentuk yang jelas dalam menggambarkan emosi.

3. *Exaggeration*

Style exaggeration adalah pemakaian *style simplification* dengan adanya *key feature* yang dilebih-lebihkan, membuat emosi yang disampaikan lebih

jelas. Biasa *style* ini digunakan dalam menyampaikan emosi yang memiliki intensitas yang besar.

4. *Symbolism*

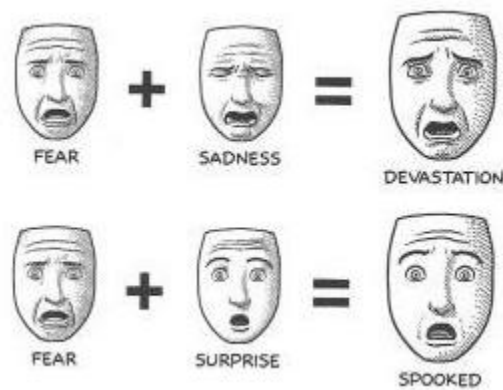
Berbeda dengan *style* yang lain, *symbolism* memakai simbol dalam menyampaikan sebuah emosi. Dalam penggunaan *style* ini tokoh dapat memiliki suatu fitur yang ia tidak miliki hanya untuk penggambaran emosi. Salah satunya adalah tumbuhnya tanduk di atas kepala tokoh saat ia marah, atau adanya simbol air disekitar wajah karakter saat tokoh tersebut canggung atau merasa tidak nyaman.

2.9.1 Ekspresi wajah

Ekspresi merupakan salah satu bentuk komunikasi visual yang kompleks. Menurut McCloud (2007) wajah manusia dapat mendorong manusia dengan kemampuannya dalam menyampaikan emosi dasar. Berbeda dengan kata-kata, ekspresi memiliki pengertian yang lebih universal dengan adanya 6 ekspresi dasar yang dimiliki setiap manusia yaitu amarah, jijik, takut, bahagia, sedih, dan kaget. Sama seperti warna, manusia tidak hanya memiliki 6 ekspresi, namun ekspresi-ekspresi tersebut ada dalam sebuah spektrum. Setiap emosi memiliki variasi dalam seberapa intens emosi yang dirasakan dan hal ini akan terlihat dalam ekspresi wajah.

Beliau lalu menjelaskan dimana dua ekspresi dapat digabungkan dan menciptakan ekspresi wajah ketiga dimana ekspresi ini cukup unik dan mudah dikenali sehingga memiliki sebuah nama. Salah satu contohnya adalah ‘ketakutan’

yang merupakan gabungan dari rasa takut dan kaget, atau 'kecewa' yang merupakan hasil dari rasa sedih dan kaget. Ekspresi ketiga ini juga memiliki variasi dalam seberapa intens emosi tersebut dirasakan. Oleh karena itu ekspresi sangatlah luas jika terus dieksplor karena tidak adanya batasan dalam menggambarkan sebuah ekspresi. Hal yang membatasi adalah bagaimana kemampuan animator dalam menggambarkan ekspresi tersebut sehingga dipahami penonton.



Gambar 2.9 Wajah Ketiga

(Making Comics: Storytelling of Comics, Manga and Graphic Novels, 2007)

Bancroft (2013) mengatakan dalam membuat ekspresi wajah terdapat beberapa *key feature* yang penting, yaitu:

1. Mata

Mata adalah 'jendela menuju jiwa', oleh karena itu mata menjadi fitur yang sangat penting dan dapat memperlihatkan sifat tokoh, terutama saat berbicara kepada tokoh lain. Bancroft menjelaskan dalam menggambar

arah pupil mata menatap, terdapat 3 hal yang tidak boleh dilakukan, yaitu *zombie eyes*, *walled eyes*, dan *crossed eyed*. *Zombie eyes* adalah arah pupil mata yang melihat kedepan garis lurus dengan kepala juga kedepan,. Hal ini membuat mata terlihat seperti zombi. Namun, *zombie eyes* baik jika digunakan saat tokoh kaget atau menatap dengan kepala sedikit menoleh.

Walled eyes adalah arah mata dimana setiap pupil mata memiliki arah yang berbeda. Mata ini digunakan dalam *comedy purpose*, atau untuk menciptakan ekspresi yang aneh. Sedangkan *crossed eyes* adalah pupil mata yang mengarah ke dalam. Jenis arah pupil mata ini sering terbentuk secara tidak sengaja saat membuat tokoh melihat kearah hidungnya sendiri. Oleh karea itu, penting dalam membuat pupil terlihat sedikit pipih saat melihat kebawah.

2. Alis

Dalam membentuk alis, jarak antara alis dan mata sangatlah penting. Jarak yang terlalu jauh membuat alis dan mata tidak memiliki hubungan, sedangkan jarak yang terlalu dekat membuat alis terlihat seperti melayang dan tidak memiliki koneksi dengan otot dan kulit wajah. Hal ini dapat membuat ekspresi wajah menjadi terlihat lebih lemah. Untuk itu, perlu membuat alis dengan menggunakan teknik '*Lone Range-style mask*' agar mendapatkan *curve* dan jarak yang tepat.

3. Mulut

Hanya dengan mengubah bentuk mulut dapat membuat arti sebuah ekspresi berubah. Beliau juga mengingatkan bawah mulut dan rahang adalah sesuatu yang saling mempengaruhi.

4. Leher

Walau bukan merupakan bagian dari fitur wajah, leher memiliki kepentingan yang sama dengan fitur wajah. Pergerakan leher dapat membuat tokoh terlihat lebih hidup dan dinamis.

5. Hidung

Hidung adalah bagian wajah yang tidak memiliki pergerakan yang ekstrim, namun dalam situasi tertentu hidung dapat memperkuat suatu ekspresi yang ingin disampaikan. Semakin realistik gaya penggambaran tokoh akan membuat pergerakan hidung semakin penting.

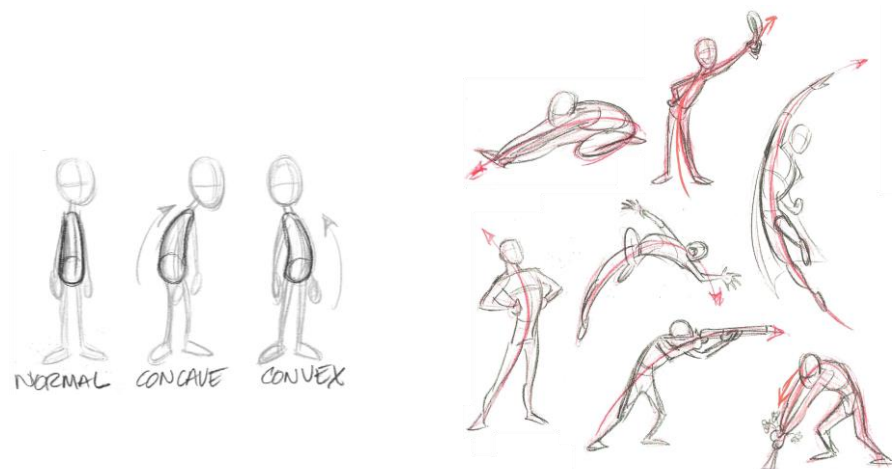
Beliau juga menjelaskan dalam membuat ekspresi, agar tokoh terlihat lebih hidup perlu adanya prinsip *squash and stretch*. *Squash and stretch* adalah prinsip yang memberi perubahan pada bentuk wajah saat melakukan ekspresi tertentu, membuat wajah terlihat lebih bulat, atau panjang dari bentuk wajah normalnya. Hal tersebut terjadi pada kenyataannya dikarenakan otot manusia yang bersifat fleksibel. Artinya otot dapat relaksasi atau berkontraksi, begitu juga otot wajah. Semakin *chubby* tokoh, maka prinsip ini akan semakin terlihat jelas terutama pada pergerakan pipi. Wajah yang tidak memakai prinsip ini akan terlihat kaku, bahkan dapat terlihat hambar (hlm. 41-43).

2.9.2 Pose

Pose atau gestur memiliki kemampuan yang sama seperti ekspresi wajah, yaitu sebagai komunikasi visual. Selain itu, gestur juga dapat mendukung ekspresi wajah. McCloud menjelaskan secara visual, manusia dapat menyampaikan *signal* kepada sesama dengan kombinasi bahasa tubuh yang disampaikan lewat kepala, posisi tangan, dan tatapan mata (2007, hlm. 88). Pemahaman gestur dipengaruhi oleh budaya dan *value* yang tertanam oleh penonton, membuat pemahaman tersebut bersifat subjektif. Walau bersifat subjektif, banyak gestur yang memiliki arti secara universal seperti mengedipkan sebelah mata pada seseorang memiliki arti bahwa orang tersebut tertarik dengan orang yang dikedipkan, atau gestur menjulurkan lidah dengan telunjuk jari menarik kebawah kelopak mata bagian bawah memberi pemahaman orang yang memiliki gestur tersebut meledek orang di depannya (McCloud, 2007, hlm. 89).

McCloud menjelaskan lebih lanjut bahwa gestur juga merupakan salah satu elemen yang dapat memberi gambaran karakter yang dimiliki tokoh. Hal ini terlihat dalam cara bagaimana kebiasaan yang dimiliki tokoh tersebut seperti gaya berjalan, berbicara, atau saat mendekati tokoh lain. Dalam hal ini siluet juga menjadi hal penting dalam menciptakan suatu gestur agar gestur lebih terlihat jelas (hlm. 103). Menurut Bancroft (2007), siluet menentukan gestur terlihat jelas atau tidak dikarenakan adanya *negative space*. *Negative space* adalah cela di antara bentuk tokoh yang dibuat. Cela-cela tersebut yang memperjelas kontras antara *negative shape*, yaitu siluet tokoh, dengan *positive space*, yaitu latar belakang (hlm. 41).

Bancroft (2013) juga menjelaskan, untuk membuat siluet dan gestur, tokoh akan terlihat lebih dinamis dengan memvariasikan garis tengah tokoh dan menggunakan *line of action*. Pada normalnya, garis tengah tokoh saat berdiri adalah lurus. Namun jika garis tersebut divariasikan, maka karakter atau emosi yang tokoh rasakan akan semakin terlihat. Sedangkan *line of action* merupakan garis imajinasi pada setiap bagian tubuh tokoh yang ada saat tokoh melakukan suatu gestur. Beliau menjelaskan bahwa saat tokoh melakukan suatu gestur pasti memiliki suatu 'flow' dalam anatominya. *Line of action* akan memperjelas *flow* tersebut sehingga membuat pergerakan tokoh lebih terlihat kuat dan dinamis (hlm.9-11).



Gambar 2.10 Garis Tengah (kiri) *Line of Action* (kanan)

(Character Mentor, 2013)

2.10 Warna

Holtzschue (2017) menjelaskan bahwa pada dasarnya warna adalah sesuatu yang ditangkap oleh sensor. Setiap warna yang diproses oleh otak merupakan respon psikologi dari cahaya yang memberi stimulus. Dari proses tersebut kita dapat melihat sebuah warna dan warna sendiri terbagi menjadi primer, sekunder, dan *intermediate*. Warna primer adalah warna yang paling dasar, yaitu merah, kuning, dan biru. Warna sekunder adalah hijau, orange, dan ungu dimana warna-warna tersebut adalah percampuran antar dua warna primer. Sedangkan *intermediate* adalah warna yang ada di antara warna primer dan sekunder. Berbeda dengan sekunder yang merupakan percampuran dua warna dengan porsi yang sama, *intermediate* memiliki porsi yang berbeda seperti kuning-orange, merah-orange, merah-ungu, atau kuning-hijau.

Beliau mengatakan bahwa terdapat tiga kualitas dalam warna, yaitu *hues*, *value*, dan *saturation*. *Hues* adalah nama yang terdapat pada warna. Penggunaan kata warna dan *hue* memiliki arti yang sama. Sedangkan *value* adalah tingkat gelap dan terang sebuah warna. Berbeda dengan *hue* yang berbentuk lingkaran, *value* memiliki bentuk memanjang dengan adanya áwalan dan akhiran yang terdiri dari warna antara hitam dan putih. Terakhir, *saturation* atau sebutan lainnya adalah *chroma*, merupakan sebuah sebutan untuk komparasi kontras antara *vivid* dan *dull*. Sama seperti *value*, *saturation* berbentuk *linier* dengan ujung berupa warna dengan *hue* tertinggi dan ujung satunya memiliki *hue* yang sangat rendah hingga sulit untuk dikenali.

Menurut Shorter (2007) warna sendiri adalah salah satu elemen penting dalam bahasa visual. Dalam kehidupan sehari-hari manusia melihat warna yang berbeda-beda. Warna-warna tersebut secara langsung atau tidak langsung dapat memberi efek kepada emosi dan cara berpikir manusia. Dalam penggunaannya, warna dapat digunakan secara sederhana atau kompleks. Untuk itu, sebelum menentukan *color palette* yang akan digunakan perlu mengetahui dan memahami jenis animasi dan pesan yang ingin disampaikan kepada penonton.

2.10.1 Psikologi Warna

Warna merupakan salah satu elemen penting dalam menyampaikan suatu pesan. Sebelum mengimplementasikan warna ke dalam animasi diperlukannya pengertian yang jelas dalam cerita dan pesan yang ingin disampaikan. Berbeda genre, maka warna dominan yang dipakai akan berbeda-beda. Beliau berpendapat bahwa warna merupakan elemen penting dalam memperlihatkan suatu karakteristik secara visual (Shorter, 2012, hlm. 20). Setiap warna juga memiliki nilai simbolik yang dapat mempengaruhi orang yang melihatnya secara emosional.

Menurut Groenholm (2010) secara psikologi warna dapat mempengaruhi pikiran dan emosi. Beliau juga menjelaskan beberapa warna dasar memiliki efek psikologi sebagai berikut:

1. Merah

Warna merah memiliki arti positif seperti kekuatan, kehangatan, energi, *basic survival*, *'fight or flight'*, maskulinitas, dan kegirangan. Tidak hanya

arti positif, warna merah juga memiliki arti negatif seperti agresif, darah, penyimpangan, dan ketegangan. Warna merah dapat memberi efek secara fisik, oleh karena itu warna merah dipakai sebagai rambu lalu lintas. Merah sebagai warna yang paling dasar dapat terlihat ramah, namun dapat diinterpretasikan sebagai sesuatu yang menuntut atau dominan.

2. Biru

Berbeda dengan warna merah, biru memberi efek pada pikiran. Biru memiliki arti positif seperti kecerdasan, komunikasi, kepercayaan, efisien, keheningan, logika, tanggung jawab, tenang, *coolness*, dan refleksi. Sebagai sesuatu yang negatif warna yang paling disukai oleh dunia ini dapat diartikan sebagai *coldness*, kesendirian, kurangnya emosi, dan tidak ramah.

3. Kuning

Kuning merupakan warna terkuat secara psikologi karena sifatnya yang memberi stimulasi secara emosional. Warna kuning yang dapat menaikkan rasa percaya diri dan optimis, namun jika *tone* yang dipilih salah warna kuning dapat menurunkan rasa percaya diri dan memberi rasa takut atau kegelisahan. Selain dari efek tersebut, kuning memiliki arti positif seperti harga diri, kekuatan emosional, keramahan, dan kreatifitas. Sisi negatif warna kuning memiliki arti seperti kerapuhan secara emosional, depresi, kegelisahan, rasa ingin bunuh diri, dan irasional.

4. Hijau

Hijau merupakan warna keseimbangan dengan letaknya yang berada di tengah spektrum warna. Banyaknya warna hijau di dunia membuat warna ini sering diasosiasikan dengan alam. Warna hijau memiliki arti positif seperti harmoni, keseimbangan, cinta secara universal, ketenangan, restorasi, kesadaran lingkungan, dan kedamaian. Secara negatif dan penggunaan yang kurang tepat dapat membuat warna hijau terlihat terlalu hambar. Secara negatif warna hijau memiliki arti seperti kebosanan, stagnasi, dan kelelahan.

5. Ungu

Warna ungu memiliki arti positif seperti kemewahan, kebenaran, kualitas, kesadaran spiritual, dan penahanan. Namun warna yang memiliki gelombang terpendek ini juga memiliki arti negatif seperti rasa inferior, dekadensi, introversi, dan penekanan. Warna ungu juga diasosiasikan dengan kosmos dan alam semesta. Warna ini dapat melambangkan *royalty* dan kemewahan tapi jika memakai ungu terlalu banyak atau *tone* yang salah dapat menciptakan impresi sesuatu yang murah dan menjijikan.

6. Orange

Sebagai kombinasi warna kuning dan merah, orange memberi efek secara fisik dan emosional. Warna ini sering diasosiasikan dengan makanan, tempat berteduh, dan dikatakan sebagai warna yang ‘menyenangkan’. Arti positif yang dimiliki orange adalah kehangatan, perlindungan, sensualitas, gairah, kelimpahan dan kesenangan. Secara negatif, warna orange dapat

diartikan sebagai sesuatu yang frustrasi, kekanak-kanakan, dan perampasan. Warna orange condong memiliki arti negatif saat didampingi oleh warna hitam atau terlalu banyak memakai warna orange.

7. Pink

Sebagai salah satu *shade* dari warna merah, warna pink adalah satu-satunya warna yang memiliki nama sendiri walau merupakan bagian dari sebuah warna. Sama seperti merah, warna pink memiliki efek secara fisik. Berbeda dengan merah yang memberi stimulus, pink memberikan efek menenangkan. Warna ini memberi efek positif seperti kehangatan, cinta, sexualitas, pemeliharaan, dan feminitas. Secara negatif warna pink memberi efek seperti terkekang, melemahkan, *emotional claustrophobia*, dan kelemahan fisik.

8. Coklat

Coklat terdiri dari warna merah, kuning dan hitam. Dengan hitam memiliki porsi terbesar dalam membentuk warna coklat, coklat memiliki efek keseriusan hitam namun lebih lembut dan hangat. Coklat pada umumnya diasosiasikan dengan tanah dan nature. Secara positif, coklat memiliki arti seperti dukungan, *earthiness*, dapat dipercaya, dan kehangatan. Arti negatif coklat adalah kurangnya humor dan suasana yang depresi.

2.10.2 Relasi Warna

Dalam *color wheel*, setiap warna tidak ditempatkan tanpa alasan. *Color wheel* terbentuk karena adanya relasi antara warna didalamnya. Relasi warna memiliki 2 bentuk, yaitu:

1. Warna harmoni

Menurut Holtzschue (2017) harmoni adalah sebuah kondisi antara dua hal atau lebih yang jika disatukan menjadi suatu pengalaman yang menyenangkan. Harmoni dikatakan sebagai sesuatu yang dapat membuat kesempurnaan, berkelanjutan, dan natural. Dalam warna harmoni, hal yang digabungkan adalah warna. Warna secara individual dapat terlihat indah, namun tidak akan memiliki harmoni warna. Jika disandingkan dengan warna lain harmoni warna baru akan terbentuk.

Goethe (dikutip oleh Holtzschue, 2017, hlm. 146.) menjelaskan dimana harmoni pada warna akan terlihat milik satu sama lain secara natural. Relasi warna tersebut adalah analogous. Holtzschue (2017, hlm.73) secara umum, pengertian warna analogous adalah sebuah sekelompok warna yang terdiri dari satu warna primer, satu warna sekunder, dan warna yang ada di antara kedua warna tersebut. Namun, pengertian yang lebih luas dari warna analogous adalah sekumpulan warna yang terdapat diperbatasan antara warna primer dan sekunder. Pengertian tersebut membuat warna analogous dapat terbentuk tanpa memiliki warna primer atau sekunder tetapi adalah *range* warna yang terdapat di antara warna tersebut. Menurut beliau, kombinasi warna analogous umumnya adalah

biru, biru-ungu, dan ungu (dominan biru); kuning, kuning-hijau, dan hijau (dominan kuning); merah, merah-orange, dan orange (dominan merah).



Gambar 2.11 Warna Analogus

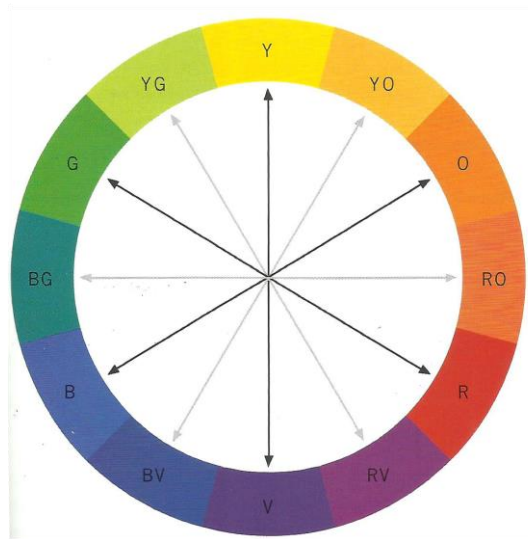
(Understanding Color: An Introduction for Designers, 2017)

2. Warna kontras

Nama lain dari warna kontras adalah warna komplementer. Menurut Itten (1970) relasi warna ini, berbeda dari warna harmoni, mendorong warna yang mendampinginya dalam hal *vividness*, membuat warna tersebut menjadi lebih mencolok. Seperti air dan api, relasi warna kontras membuat masing-masing warna terlihat lebih menonjol. Warna komplementer terdiri dari satu warna primer dan satu warna sekunder. Menurut beliau terdapat warna komplementer secara mendasar, yaitu merah dan hijau; kuning dan ungu; dan biru dan orange.

Holtzschue (2017) menjelaskan bahwa warna komplementer tidak terbatas hanya pada 3 pasangan dasar warna. Warna komplementer dapat terwujud bila garis yang digambar ditengah *color wheel* dapat terhubung

dari satu warna ke warna lain ada yang di sebrang warna tersebut. Seberapa besar *value*, *hue* atau *saturation* yang ada pada warna, warna tersebut akan selalu memiliki relasi warna kontras pada warna yang ada di sebrangnya. Namun hanya 3 pasangan dasar yang memiliki kontras *hue* yang maksimum. Hal ini dikarekan warna komplementer yang lain hanya memiliki setengah persen dari warna primer.



Gambar 2.12 Warna Komplementer

(Understanding Color: An Introduction for Designers, 2017)